

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUISIONER PENELITIAN
PENGARUH EKUITAS MEREK, CITRA NEGARA ASAL DAN *GREEN*
***MARKETING* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN**
(Studi pada Produk Mobil *Low Cost Green Car* (LCGC) Toyota di Yogyakarta)

Responden yang terhormat.

Saya adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta program studi Manajemen yang sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi tentang “Pengaruh ekuitas merek, citra negara asal dan *green marketing* terhadap minat beli konsumen studi pada produk mobil *low cost green car* (LCGC) Toyota di Yogyakarta. Kali ini, saya selaku peneliti meminta kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk membantu penelitian ini dengan mengisi kuisisioner.

Berikut kuisisioner yang saya ajukan, mohon kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk memberikan jawaban yang sejujur-jujurnya dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Adapun jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan tidak akan berpengaruh pada diri Bapak/Ibu/Saudara/i karena penelitian ini dilakukan semata-mata untuk pengembangan ilmu pengetahuan.

Atas kesediaannya, saya ucapkan terima kasih

Hormat saya,

Ilham Adhi W
20150410055

A. SCREENING :

Petunjuk : Pilihlah jawaban dengan memberikan tanda centang (√) pada kotak yang tersedia.

1. Apakah usia anda 20 tahun keatas ?

Ya Tidak

2. Apakah penghasilan anda \geq Rp. 3.000.000 ?

Ya Tidak

Apabila 2 pertanyaan diatas anda menjawab (Ya) maka lanjutkan untuk mengisi kuesioner, dan apabila anda tidak menjawab (Ya) pada dua pertanyaan diatas maka berhentilah mengisi dan kembalikan kuesioner kepada peneliti, terimakasih ☺.

B. DATA RESPONDEN

Sebelum menjawab pertanyaan dalam kuisisioner ini, mohon Bapak/Ibu/Saudara/i mengisi data berikut terlebih dahulu. (Jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan akan diperlakukan secara rahasia).

1. Nama (boleh tidak diisi)

2. Jenis Kelamin

Laki-laki

Perempuan

3. Usia tahun

4. Pekerjaan

PNS

Wiraswasta

Pegawai Swastta

Lainnya

Mahasiswa/pelajar

5. Pendidikan Terakhir

SD

S1

Lainnya

SMP

S2

SMA/SMK

S3

6. Tempat Tinggal di DIY

Kota Yogyakarta

Kulon Progo

Bantul

Sleman

Gunungkidul

7. Penghasilan per-bulan

> Rp. 3.000.000 – 5.999.000

> Rp. 9.000.000

Rp. 6.000.000 – 8.999.000

C. PENILAIAN RESPONDEN

Sebutkan 5 merek mobil low cost green car (LCGC) yang anda ketahui.

1.
2.
3.
4.
5.

Petunjuk : Pilihlah jawaban yang paling sesuai menurut Bapak/Ibu/Saudara/i dengan memberikan tanda centang (√) pada kotak yang tersedia.

Keterangan : **STS (1) : Sangat Tidak Setuju**
TS (2) : Tidak Setuju
N (3) : Netral
S (4) : Setuju
SS (5) : Sangat Setuju

Kesadaran Merk (*Brand Awareness*)

No.	Pernyataan/Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya dapat langsung mengenali mobil <i>low cost green car</i> (LCGC) merek Toyota dengan hanya melihat dari model varian / tipe nya.					
2.	Saya mengingat salah satu iklan mobil <i>low cost green car</i> (LCGC) merek Toyota yang ditayangkan di Televisi atau media lainnya.					

Asosiasi Merek (*Brand Association*)

No.	Pernyataan/Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Mobil <i>low cost green car</i> (LCGC) merek Toyota adalah mobil yang memiliki inovasi, desain dan teknologi yang mumpuni.					
2.	Mobil <i>low cost green car</i> (LCGC) merek Toyota adalah mobil yang terkenal mereknya dan mempunyai nilai puna jual yang tinggi.					
3.	Mobil <i>low cost green car</i> (LCGC) merek Toyota adalah mobil yang diproduksi oleh perusahaan yang kredibilitasnya tinggi (terpercaya).					

Persepsi Kualitas (*Perceived Quality*)

No.	Pernyataan/Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Mobil merek <i>low cost green car</i> (LCGC) merek Toyota adalah mobil yang berkualitas.					
2.	Mobil <i>low cost green car</i> (LCGC) merek Toyota adalah mobil yang kualitas bahannya dapat diandalkan.					
3.	Mobil <i>low cost green car</i> (LCGC) merek Toyota adalah mobil yang sistem pengoperasiannya mudah.					

Loyalitas Merek (*Brand Loyalty*)

No.	Pernyataan/Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya hanya akan membeli mobil <i>low cost green car</i> (LCGC) merek Toyota saja dan tidak akan terpengaruh oleh promosi mobil merek lain.					
2.	Saya akan merekomendasikan mobil <i>low cost green car</i> (LCGC) merek Toyota kepada orang lain.					
3.	Saya akan tetap membeli mobil <i>low cost green car</i> (LCGC) merek Toyota meskipun harganya naik daripada mobil merek lainnya yang sejenis.					

Citra Negara Asal (*Country Of Origin Image*)

No.	Pernyataan/Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Jepang (Negara asal Toyota) adalah negara yang memiliki tingkat pertumbuhan ekonomi tinggi.					
2.	Jepang (Negara asal Toyota) adalah negara yang memiliki politik demokrasi yang bagus.					
3.	Jepang (Negara asal Toyota) adalah negara yang memiliki industrialisasi tinggi.					
4.	Jepang (Negara asal Toyota) adalah negara yang memiliki taraf hidup tinggi.					
5.	Jepang (Negara asal Toyota) adalah negara yang memiliki pekerja dengan keahlian teknis tinggi.					
6.	Jepang (Negara asal Toyota) adalah negara yang memiliki produk dengan kualitas yang bagus.					
7.	Jepang (Negara asal Toyota) adalah negara yang memiliki produk yang bisa dibanggakan.					
8.	Jepang (Negara asal Toyota) adalah negara yang memiliki produk yang bisa diandalkan.					

Green Marketing

No.	Pernyataan/Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Mobil <i>low cost green car</i> (LCGC) merek Toyota mengembangkan mesin yang hemat bahan bakar.					
2.	Mobil <i>low cost green car</i> (LCGC) merek Toyota memiliki emisi gas buang yang sedikit sehingga mengurangi dampak terhadap lingkungan.					
3.	Mobil <i>low cost green car</i> (LCGC) merek Toyota memiliki <i>tagline</i> “go green” yang mengajak konsumen untuk peduli terhadap kelestarian lingkungan.					

Minat Beli Konsumen

No.	Pernyataan/Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya berencana untuk membeli produk mobil <i>low cost green car</i> (LCGC) merek Toyota.					
2.	Saya bersedia mereferensikan produk mobil <i>low cost green car</i> (LCGC) merek Toyota kepada orang yang saya kenal untuk memilihnya.					
3.	Saya memilih produk merek Toyota saat akan membeli produk mobil <i>low cost green car</i> (LCGC).					
4.	Saya akan mencari informasi tentang produk mobil <i>low cost green car</i> (LCGC) merek Toyota sebelum memilih produk otomotif yang lain.					

Lampiran 2. Karakteristik Data Responden

Karakteristik Responden	Keterangan	Total Responden	Persentase	Jumlah
Jenis Kelamin	Laki-laki	73	51,4%	100%
	Perempuan	69	48,6%	
Usia	20-30	55	38,7%	100%
	31-40	59	41,5%	
	41-50	26	18,3%	
	51-60	2	1,4%	
Pekerjaan	PNS	29	20,4%	100%
	Pegawai Swasta	48	33,8%	
	Mahasiswa/Pelajar	10	7%	
	Wiraswasta	52	36,6%	
	Lainnya	3	2,1%	
Pendidikan Terakhir	SD	0	0%	100%
	SMP	2	1,4%	
	SMA/SMK	32	22,5%	
	S1	93	65,5%	
	S2	10	7%	
	S3	0	0%	
	Lainnya	5	3,5%	
Tempat Tinggal di DIY	Kota Yogyakarta	38	26,8%	100%
	Bantul	41	28,9%	
	Kulon Progo	3	2,1%	
	Gunungkidul	12	8,5%	
	Sleman	48	33,8%	
Penghasilan Per-bulan	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.999.000	44	31%	100%
	Rp. 6.000.000 - Rp. 8.999.000	60	42,2%	
	> Rp. 9.000.000	38	26,8%	

Lampiran 3. Uji Validitas

1. Kesadaran Merek

		KM1	KM2	KM3	KM
KM1	Pearson Correlation	1	.329*	.340*	.633**
	Sig. (2-tailed)		.038	.032	.000
	N	40	40	40	40
KM2	Pearson Correlation	.329*	1	.706**	.904**
	Sig. (2-tailed)	.038		.000	.000
	N	40	40	40	40
KM3	Pearson Correlation	.340*	.706**	1	.812**
	Sig. (2-tailed)	.032	.000		.000
	N	40	40	40	40
KM	Pearson Correlation	.633**	.904**	.812**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Asosiasi Merek

		AM1	AM2	AM3	AM
AM1	Pearson Correlation	1	.441**	.587**	.818**
	Sig. (2-tailed)		0.004	0	0
	N	40	40	40	40
AM2	Pearson Correlation	.441**	1	.555**	.816**
	Sig. (2-tailed)	0.004		0	0
	N	40	40	40	40
AM3	Pearson Correlation	.587**	.555**	1	.848**
	Sig. (2-tailed)	0	0		0
	N	40	40	40	40
AM	Pearson Correlation	.818**	.816**	.848**	1
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	
	N	40	40	40	40

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

3. Persepsi Kualitas

		PK1	PK2	PK3	PK
PK1	Pearson Correlation	1	.713**	.557**	.897**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40
PK2	Pearson Correlation	.713**	1	.477**	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.000
	N	40	40	40	40
PK3	Pearson Correlation	.557**	.477**	1	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.000
	N	40	40	40	40
PK	Pearson Correlation	.897**	.849**	.802**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

4. Loyalitas Merek

		LM1	LM2	LM3	LM
LM1	Pearson Correlation	1	.401*	.619**	.843**
	Sig. (2-tailed)		.010	.000	.000
	N	40	40	40	40
LM2	Pearson Correlation	.401*	1	.545**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.010		.000	.000
	N	40	40	40	40
LM3	Pearson Correlation	.619**	.545**	1	.869**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40
LM	Pearson Correlation	.843**	.761**	.869**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

5. Citra Negara Asal

		Correlations								
		CN1	CN2	CN3	CN4	CN5	CN6	CN7	CN8	CN
CN1	Pearson Correlation	1	.487**	.613**	.562**	.446**	.551**	.324*	.400*	.784**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.004	.000	.042	.011	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
CN2	Pearson Correlation	.487**	1	.447**	.378*	.620**	.193	.208	.088	.640**
	Sig. (2-tailed)	.001		.004	.016	.000	.233	.197	.589	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
CN3	Pearson Correlation	.613**	.447**	1	.639**	.426**	.486**	.298	.300	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004		.000	.006	.001	.062	.060	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
CN4	Pearson Correlation	.562**	.378*	.639**	1	.305	.628**	.342*	.355*	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000	.016	.000		.056	.000	.031	.025	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
CN5	Pearson Correlation	.446**	.620**	.426**	.305	1	.240	.267	.420**	.688**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.006	.056		.136	.096	.007	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
CN6	Pearson Correlation	.551**	.193	.486**	.628**	.240	1	.616**	.491**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.000	.233	.001	.000	.136		.000	.001	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
CN7	Pearson Correlation	.324*	.208	.298	.342*	.267	.616**	1	.468**	.626**
	Sig. (2-tailed)	.042	.197	.062	.031	.096	.000		.002	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
CN8	Pearson Correlation	.400*	.088	.300	.355*	.420**	.491**	.468**	1	.618**
	Sig. (2-tailed)	.011	.589	.060	.025	.007	.001	.002		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
CN	Pearson Correlation	.784**	.640**	.744**	.737**	.688**	.743**	.626**	.618**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

6. Green Marketing

Correlations

	GM1	GM2	GM3	GM
GM1 Pearson Correlation	1	.626**	.569**	.871**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
N	40	40	40	40
GM2 Pearson Correlation	.626**	1	.721**	.871**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
N	40	40	40	40
GM3 Pearson Correlation	.569**	.721**	1	.866**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
N	40	40	40	40
GM Pearson Correlation	.871**	.871**	.866**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
N	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

7. Minat Beli

Correlations

	MB1	MB2	MB3	MB4	MB
MB1 Pearson Correlation	1	.430**	.335*	.269	.725**
Sig. (2-tailed)		.006	.034	.093	.000
N	40	40	40	40	40
MB2 Pearson Correlation	.430**	1	.625**	.487**	.824**
Sig. (2-tailed)	.006		.000	.001	.000
N	40	40	40	40	40
MB3 Pearson Correlation	.335*	.625**	1	.372*	.765**
Sig. (2-tailed)	.034	.000		.018	.000
N	40	40	40	40	40
MB4 Pearson Correlation	.269	.487**	.372*	1	.684**
Sig. (2-tailed)	.093	.001	.018		.000
N	40	40	40	40	40
MB Pearson Correlation	.725**	.824**	.765**	.684**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
N	40	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 4. Uji Reliabilitas

1. Kesadaran Merek

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.725	3

2. Asosiasi Merek

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.764	3

3. Persepsi Kualitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.806	3

4. Loyalitas Merek

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.761	3

5. Citra Negara Asal

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.845	8

6. Green Marketing

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.820	3

7. Minat Beli

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.726	4

Lampiran 5. Regresi Berganda

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Green Marketing, Kesadaran merek, Loyalitas Merek, Citra Negara Asal, Persepsi Kualitas, Asosiasi merek ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Minat beli

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.723 ^a	.523	.501	1.196

a. Predictors: (Constant), Green Marketing, Kesadaran merek, Loyalitas Merek, Citra Negara Asal, Persepsi Kualitas, Asosiasi merek

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	211.558	6	35.260	24.633	.000 ^a
	Residual	193.238	135	1.431		
	Total	404.796	141			

a. Predictors: (Constant), Green Marketing, Kesadaran merek, Loyalitas Merek, Citra Negara Asal, Persepsi Kualitas, Asosiasi merek

b. Dependent Variable: Minat beli

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.468	1.507		-.974	.332
	Kesadaran merek	.226	.082	.178	2.753	.007
	Asosiasi merek	.106	.094	.087	1.134	.259
	Persepsi Kualitas	.417	.094	.302	4.427	.000
	Loyalitas Merek	.135	.066	.137	2.050	.042
	Citra Negara Asal	.087	.038	.159	2.290	.024
	Green Marketing	.278	.092	.229	3.011	.003

a. Dependent Variable: Minat beli